

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU KUOTA INTERNET
INDOSAT OOREDOO DENGAN KARTU TRI ALWAYS ON DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI
MAKASSAR (STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN)**

DICKY WARDIMAN

Dr.Juanda,M.Hum. Faisal, S.S., M.Hum.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pencapaian aktualisasi diri tokoh dalam novel *peREmpuan* karya Maman Suherman menggunakan Kajian Psikologi Humanistik Abraham Maslow. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian adalah novel *peREmpuan* karya Maman Suherman yang diterbitkan oleh Kepustakaan Populer Gramedia, di Jakarta pada tahun 2016 tebal 188 halaman. Pada data dalam penelitian ini adalah teks yang berupa kata atau kalimat yang menunjukkan pencapaian aktualisasi diri tokoh utama dan tokoh tambahan dalam novel *peREmpuan* karya Maman Suherman. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu teknik baca dan teknik catat.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan pencapaian aktualisasi diri pada tokoh utama, yaitu pencapaian kebutuhan dasar fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan penghargaan, dan pengaktualisasian diri. Tokoh- tokoh tambahan ditemukan pencapaian aktualisasi diri di antaranya, kebutuhan dasar fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan cinta dan rasa memiliki, dan kebutuhan penghargaan dan pengaktualisasi diri. Tokoh-tokoh tambahan dalam novel *peREmpuan* karya Maman Suherman tidak ditemukan data pada satu tokoh yang menunjukkan tokoh telah mengaktualisasikan diri.

Kata Kunci: Tokoh , Aktualisasi diri, Psikologi Humanistik.

. Latar Belakang Dunia Teknologi merupakan kunci utama dalam membangun dunia dan mewujudkan impian dalam menggapai segala sesuatu yang diinginkan. Hal-hal yang mustahil dilakukan di masa yang lampau akhirnya bisa diwujudkan dengan adanya perkembangan teknologi. Teknologi memberikan suatu kemudahan kepada dunia dalam menjalankan kehidupannya. Perkembangan tersebut telah menciptakan suatu bentuk media informasi dan telekomunikasi yang canggih. Salah satunya adalah dengan perkembangan industri seluler. Industri 144 telekomunikasi merupakan sebuah industri yang besar dan tumbuh sangat dinamis. Sektor telekomunikasi telah menjadi salah satu kontributor pendapatan ekonomi negara, bahkan menjadi salah satu tolak ukur maju tidaknya suatu wilayah. Industri telekomunikasi seluler nasional dewasa ini mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dan mengakibatkan tingkat kompetisi yang sangat tinggi. Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan. Industri teknologi untuk menjamin pengembangan perusahaan, maka pemasaran merupakan salah satu aspek yang fundamental untuk

diperhatikan dan menjadi kebijakan perusahaan. Kegiatan pemasaran tidak hanya mencakup kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk pada saat itu juga, akan tetapi mampu mengantisipasi pemasaran di masa datang, sehingga dapat diperkirakan solusi guna pengembangan perusahaan. Hal tersebut perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan demi kelangsungan perusahaan. Tinjauan masa depan merupakan langkah yang tepat bagi perusahaan untuk mempertahankan kesinambungan perusahaan melalui perencanaan matang yang berfungsi sebagai pedoman dalam aktivitas perusahaan. Untuk itu, perlu adanya strategi pemasaran yang ditekan dengan 145 pengembangan perusahaan. Lingkungan dinamis dan selalu berubah-ubah memaksa pihak manajemen perusahaan untuk selalu berhati-hati untuk menciptakan strategi atau terobosan baru yang diharapkan dapat membantu perusahaan ke arah yang lebih baik. Dengan demikian pemasaran merupakan hal yang sangat penting. Karena pemasaran berada di antara produksi dan konsumen. Ini berarti pemasaran menjadi penghubung antara dua sektor tersebut, di mana dalam kondisi perekonomian saat ini, tanpa adanya kegiatan pemasaran yang dipandang strategis maka akan sulit suatu perusahaan untuk mengembangkan usahanya dengan maksimal. Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan. Hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada. Di mana strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri atau arena fundamental persaingan berlangsung. Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi. Karena sekarang bukanlah jaman dimana produsen memaksakan kehendak terhadap konsumen, melainkan sebaliknya konsumen memaksakan kehendaknya terhadap produsen. Kini masyarakat Indonesia tidak bisa hidup tanpa adanya komunikasi. Komunikasi di Indonesia sendiri sangat berdampak baik sebagai alat yang mempermudah komunikasi ini. Jarak tidak menjadikan alasan lagi untuk tidak bisa berkomunikasi di zaman sekarang ini. Apalagi zaman sekarang perkembangan teknologi semakin pesat dengan adanya Handphone yang multi fungsi, tidak hanya untuk SMS dan menelepon saja, bahkan HP ini seperti computer berjalan yang sangat memudahkan aktivitas manusia sehari – hari. 146 Alat telekomunikasi tersebut membutuhkan provider (Jaringan Telekomunikasi) untuk menerima sinyal dari satelit dan itulah sebabnya sekarang kita dapat berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Macam – macam provider kini hadir di Indonesia dan menjadi daya saing untuk menciptakan provider terbaik pilihan masyarakat Indonesia. Indosat Ooredoo salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia Perusahaan ini menawarkan saluran komunikasi untuk pengguna telepon genggam dengan pilihan pra bayar maupun pascabayar dengan merek jual Matrix Ooredoo, Mentari Ooredoo dan IM3 Ooredoo, jasa lainnya yang disediakan adalah saluran komunikasi via suara untuk telepon tetap (fixed) termasuk sambungan langsung internasional IDD (International Direct Dialing). Indosat Ooredoo juga menyediakan layanan multimedia, internet dan komunikasi data (MIDI= Multimedia, Internet & Data Communication Services) Tri dioperasikan PT Hutchison 3 Indonesia. yang 65% sahamnya dimiliki Hutchison Whampoa dan sisanya oleh Northstar Pacific. Meskipun lisensi 3G telah diperoleh pada tahun 2004 saat perusahaan tersebut masih bernama Cyber Access Communication, layanan 3G baru mulai diluncurkan pada 29 Maret 2007 dengan wilayah jangkauan terbatas untuk Jakarta. Saat itu Tri berada di bawah bendera Hutchison Whampoa dan Charoen Pokphand Group dan dikenal dengan nama PT Hutchison CP Telecommunications (HCPT). Pada tahun 2011 Indosat Ooredoo menguasai 21% pangsa pasar. Pada

tahun 2013, Indosat Ooredoo memiliki 58,5 juta pelanggan untuk telepon genggam. Pada tahun 2015 Indosat Ooredoo mengalami kenaikan jumlah pelanggan sebesar 68,5 juta pelanggan dengan presentasi naik 24,7%, dibandingkan periode tahun 2014 sebesar 54,9 juta pengguna. Pada bulan Februari 2013 perusahaan telekomunikasi Qatar yang sebelumnya bernama Qtel dan menguasai 65 persen 147 saham Indosat berubah nama menjadi Ooredoo dan berencana mengganti seluruh perusahaan miliknya atau di bawah kendalinya yang berada di Timur Tengah, Afrika dan Asia Tenggara dengan nama Ooredoo pada tahun 2013 atau 2014. Dua tahun kemudian, pada tanggal 19 November 2015 Indosat akhirnya mengubah identitas dan logonya dengan nama Indosat Ooredoo. Tri milik Hutchison 3 Indonesia membidik pangsa pasar kalangan Target menjangkau 18 juta generasi muda Indonesia itu coba diraih dari kampanye Festival yang telah digelar sejak 30 Maret 2016 dan terus berlanjut hingga saat ini. Teknologi seluler telah memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia, memberikan akses ke penjuru nusantara bahkan ke global. Sekitar 80% dari pelanggan Tri adalah pengguna aktif layanan data. 85% di antaranya pelanggan Always On. Tak sedikit anak muda Indonesia yang mengembangkan talenta, karya dan bisnisnya melalui akses internet dan dikenal tidak hanya di Indonesia tapi juga di mancanegara. Dalam program itu, Tri juga merilis kartu perdana dengan kuota internet dengan tiga pilihan kuota 30 GB, 40 GB dan 50 GB, serta bonus pulsa senilai Rp 125.000. Layanan seluler Tri milik Hutchison 3 Indonesia terus membidik pangsa pasar dari kalangan muda. Tak tanggung-tanggung, ada 18 juta calon pelanggan millennial yang jadi target operator itu. Saat ini telah menjangkau 86% populasi dan menghantarkan trafik data rata-rata 1600 Tb per hari. Trafik tertinggi 70% untuk akses streaming, sosial media, aplikasi chatting dan browsing. Untuk menghadapi persaingan yang ketat dan memperoleh laba yang optimal dalam peningkatan volume penjualan, perlu dirumuskan suatu rencana strategi khususnya untuk pemasaran produk, yang berfokus pada hal-hal yang bersifat vital dan mempunyai dampak menyeluruh terhadap perusahaan, mempertimbangkan dan tanggap terhadap faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Disadari atau tidak, industri telekomunikasi adalah sebuah industri yang sarat akan persaingan, seiring dengan perkembangan teknologi industri. 148 Seiring perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat dan Perusahaan provider yang terus berinovasi, hal ini sangat dimanfaatkan oleh kalangan, mahasiswa, khususnya pada mahasiswa Program studi Manajemen FE UNM. Selain digunakan sebagai media komunikasi antar sesama dalam penggunaan media sosial, disamping itu juga di gunakan sebagai media informasi dalam mendukung sarana proses akademik dan non akademik.